

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФЭУ  З.М. Чомаева
М.П. 
26.06.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

38.03.01. Экономика

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки - 2020

(по учебному плану)

Карачаевск, 2023

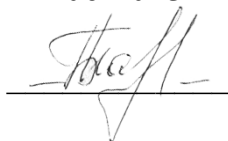
Составитель: ст. преп. Токова Ф.А.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и на основании учебного плана.

Рабочая программа обновлена и утверждена на заседании кафедры экономики и прикладной информатики на 2023-2024 уч. год.

Протокол №10 от 22.06.2023 г.

Зав. кафедрой



Маршанов Б.М.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-------------------------------------|
| <u>1. Наименование дисциплины (модуля).....</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы..</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.3.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям</u> .. | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.3.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (экзамен)</u> . | Error! Bookmark not defined. |
| <u>7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>8.1. Основная литература</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>8.2. Дополнительная литература</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)</u> | 19 |
| <u>10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)</u> | 19 |
| <u>10.1. Общесистемные требования</u> | 19 |
| <u>10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины</u> | 19 |
| <u>10.3. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы</u> | Error! Bookmark not defined. |
| <u>11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</u> | Error! Bookmark not defined. |

1. Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг

Целью изучения дисциплины является: приобретение студентами теоретических знаний по маркетингу, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды, а также формирование практических навыков использования различных инструментов маркетинга в деятельности организации.

Для достижения цели ставятся задачи:

- изучение особенностей использования в управлении организацией принципов маркетинга, концепций и видов маркетинга;
- изучение основных этапов процесса маркетингового исследования;
- ознакомление с критериями сегментации потребителей различных рынков;
- изучение основных источников маркетинговой информации, необходимых для принятия управленческих решений;
- формирование умений собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность организаций;
- формирование умений анализировать рынок программно-технических средств;
- овладение навыками сбора маркетинговой информации с помощью различных методов;
- формирование навыков разработки концепции нового информационного продукта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

| <i>Коды компетенции</i> | <i>Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций</i> | <i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i> |
|--------------------------------|---|--|
| <i>ПК-2</i> | <i>Способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов</i> | <i>знать:</i> <ul style="list-style-type: none">- действующие нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий;- экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; <i>уметь:</i> <ul style="list-style-type: none">- применять типовые методики расчета показателей;- анализировать экономические и социально-экономические показатели, |

| | | |
|--------------|--|--|
| | | <p>характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знанием нормативно-правовой базы хозяйствующих субъектов; - типовыми методиками анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. |
| ОПК-4 | <p>Способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность</p> | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие маркетинга как вид деятельности и систему управления; - методологические основы маркетинга и его инфраструктуру; - планирование ситуаций и разработку решений; - функции маркетинга и их взаимосвязь; - мотивацию деятельности в маркетинге; - управление индивидом и управление группой; - руководство, власть и партнерство; - виды организационных структур; - стиль менеджмента и имидж менеджера. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать на научной основе свой труд, должен быть способен - поставить цели и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - должен быть готов к кооперации с коллегами и работе в коллективе, уметь организовать работу исполнителей; - находить и принимать управленческие решения в условиях противоречивых требований; - анализировать и принимать решения по совершенствованию организации <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки деятельности предприятия с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения; - несколькими методами принятия эффективных организационно-управленческих решений, различными способами передачи их исполнителям; - способностью находить управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений. |

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
 Данная дисциплина (модуль) относится к блоку 1 и реализуется Б1.Б.20.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре очной формы обучения и на 3 курсе в 5 семестре заочной формы обучения.

| | |
|---|---------|
| МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП | |
| Индекс | Б1.Б.20 |
| Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| Данная учебная дисциплина является базовой и опирается на входные знания, умения и компетенции, полученные по основным экономическим дисциплинам изучаемым в бакалавриате: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Бухгалтерский учет и анализ», «Деньги, кредит, банки» и др. | |
| Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | |
| Курс «Маркетинг» является основой для последующего изучения таких дисциплин как: «Корпоративные финансы», «Организация и управление предприятиями», «Макроэкономическое планирование и прогнозирование». Также, полученные знания в процессе изучения дисциплины, позволят успешно пройти виды практик. | |

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 4 ЗЕТ, 144 академических часа.

| Объем дисциплины | Всего часов | |
|--|--------------------------|----------------------------|
| | для очной формы обучения | для заочной формы обучения |
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 | 144 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего) | 72 | 12 |
| Аудиторная работа (всего): | 72 | 12 |
| в том числе: | | |
| лекции | 36 | 6 |
| семинары, практические занятия | 36 | 6 |
| практикумы | | |
| лабораторные работы | | |
| Внеаудиторная работа: | | |
| курсовые работы | | |
| консультация перед экзаменом | | |
| Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др. | | |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 72 | 128 |
| Контроль самостоятельной работы | | 4 |
| Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен) | зачет | зачет |

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

| № п/п | Курс / семестр | Раздел, тема дисциплины | Общая трудоемкость (в часах) | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|--|----------------|--|------------------------------|---|------------------------|------|----|
| | | | | всего | Аудиторные уч. занятия | | |
| | | | Лек | | Пр. | Лаб. | |
| Раздел 1. Основные понятия и концепции маркетинга | | | 144 | 36 | 36 | - | 72 |
| 1 | 5 | Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 2 | 5 | Система маркетинговых исследований | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| Раздел 2. Оперативный маркетинг | | | 32 | 8 | 8 | - | 16 |
| 3 | 5 | Основы товарной политики | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 4 | 5 | Задачи и политика ценообразования | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 5 | 5 | Товародвижение и торговля | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 6 | 5 | Поведение потребителей | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| Раздел 3. Маркетинговые исследования рынка | | | 64 | 16 | 16 | - | 32 |
| 7 | 5 | Рынок и его роль в маркетинге | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 8 | 5 | Конкуренция и конкуренты | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 9 | 5 | Маркетинговые коммуникации | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| | | Всего: | 48 | 12 | 12 | - | 24 |
| | | Итого: | 144 | 36 | 36 | - | 72 |

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

| № п/п | Курс / семестр | Раздел, тема дисциплины | Общая трудоемкость (в часах) | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|--|----------------|-------------------------|------------------------------|---|------------------------|------|-----|
| | | | | всего | Аудиторные уч. занятия | | |
| | | | Лек | | Пр. | Лаб. | |
| Раздел 1. Основные понятия и концепции маркетинга | | | 144 | 6 | 6 | - | 128 |
| 1 | 3 | Понятие и сущность | 16 | 2 | - | - | 14 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|-----|---|---|---|-----|
| | | маркетинга, его цели, задачи и принципы | | | | | |
| 2 | 3 | Система маркетинговых исследований | 16 | - | 2 | - | 14 |
| Раздел 2. Оперативный маркетинг | | | 32 | 2 | 2 | - | 28 |
| 3 | 3 | Основы товарной политики | 16 | 2 | - | - | 14 |
| 4 | 3 | Задачи и политика ценообразования | 14 | - | - | - | 14 |
| 5 | 3 | Товародвижение и торговля | 16 | - | 2 | - | 14 |
| 6 | 3 | Поведение потребителей | 14 | - | | - | 14 |
| Раздел 3. Маркетинговые исследования рынка | | | 60 | 2 | 2 | - | 56 |
| 7 | 3 | Рынок и его роль в маркетинге | 16 | - | 2 | - | 14 |
| 8 | 3 | Конкуренция и конкуренты | 16 | 2 | - | - | 14 |
| 9 | 3 | Маркетинговые коммуникации | 16 | - | - | - | 16 |
| | | Всего: | 48 | 2 | 2 | - | 44 |
| | | Итого: | 144 | 6 | 6 | - | 128 |

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться следующими методическими материалами:

1. Краткий конспект лекций по дисциплине «Маркетинг» для бакалавров направления 38.03.01. – Экономика
2. Словарь терминов и персоналий по дисциплине «Маркетинг» для бакалавров направления 38.03.01. – Экономика

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Перечень (код) контролируемой компетенций | Контролируемые разделы (темы) | Этапы формирования компетенций |
|---|--|--------------------------------|
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы | 1 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Система маркетинговых исследований | 1 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Основы товарной политики | 1 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Задачи и политика ценообразования | 1 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Товародвижение и торговля | 1 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Поведение потребителей | 2 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Рынок и его роль в маркетинге | 2 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Конкуренция и конкуренты | 2 этап |
| ОПК-4, ПК-2 | Тема: Маркетинговые коммуникации | 2 этап |

7.2. *Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания*

| 1 этап - начальный | | |
|---|--|--|
| Показатели | Критерии | Шкала оценивания |
| <p>1. Способность обучаемого продемонстрировать наличие знаний при решении учебных заданий.</p> <p>2. Способность в применении умения в процессе освоения учебной дисциплины, и решения практических задач.</p> <p>3. Способность проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу</p> | <p>1. Способность обучаемого продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения. (По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).</p> <p>2. Применение умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и способность проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу. (По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).</p> <p>3. Обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем. (По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).</p> | <p>2 балла <i>ставится в случае:</i> незнания значительной части программного материала; не владения понятийным аппаратом дисциплины; существенных ошибок при изложении учебного материала; неумения строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумения делать выводы по излагаемому материалу.</p> <p>3 балла <i>студент должен:</i> продемонстрировать общее знание изучаемого материала; знать основную рекомендуемую программой дисциплины учебную литературу; уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</p> <p>4 балла <i>студент должен:</i> продемонстрировать достаточно полное знание материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; продемонстрировать умение ориентироваться в нормативно-правовой литературе; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу</p> <p>5 баллов <i>студент должен:</i> продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала; исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; правильно формулировать определения; продемонстрировать умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; уметь сделать выводы по излагаемому материалу</p> |
| 2 этап - заключительный | | |
| <p>1.Способность обучаемого самостоятельно</p> | <p>1. Обучающий демонстрирует самостоятельное</p> | <p>2 балла <i>ставится в случае:</i> незнания значительной части программного</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>продемонстрировать наличие знаний при решении учебных заданий.</p> <p>2. Самостоятельность в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и к решению практических задач.</p> <p>3. Самостоятельность в проявлении навыка в процессе решения поставленной задачи без стандартного образца</p> | <p>применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции.</p> <p>(По темам второго этапа, представленным в таблице № 1).</p> <p>2. Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин.</p> <p>(По темам второго этапа, представленным в таблице № 1).</p> | <p>материала; не владения понятийным аппаратом дисциплины; существенных ошибок при изложении учебного материала; неумения строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумения делать выводы по излагаемому материалу.</p> <p>3 балла <i>студент должен:</i> продемонстрировать общее знание изучаемого материала; знать основную рекомендуемую программой дисциплины учебную литературу; уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</p> <p>4 балла <i>студент должен:</i> продемонстрировать достаточно полное знание материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; продемонстрировать умение ориентироваться в нормативно-правовой литературе; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу</p> <p>5 баллов <i>студент должен:</i> продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала; исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; правильно формулировать определения; продемонстрировать умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; уметь сделать выводы по излагаемому материалу</p> |
|---|---|--|

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Основные маркетинговые идеи и концепции.
2. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия.
3. Сущность маркетинговых коммуникаций.
4. Формирование имиджа и стиля фирмы.

5. Брэнд: сущность и значение.
6. Сбыт продукции оптом и в розницу.
7. Рекламная деятельность организации.
8. Разработка товарной марки продукции.
9. Особенности проведения маркетинговых исследований.
10. Маркетинговое исследование рынка.
11. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
12. Туристический маркетинг.
13. Маркетинговая политика организации.
14. Методы формирования цен на товары.
15. Основные методы продвижения продукции на рынке.
16. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
17. Процесс организации прямых продаж.
18. Основы банковского маркетинга.
19. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
20. Управление маркетингом.
21. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
22. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
23. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
24. Виды маркетинговых стратегий.
25. Товарная политика фирмы и товародвижение.

Критерии оценки письменной работы, докладов и выступлений по дисциплине «Маркетинг»

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
- доклад длинный, не вполне четкий;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- не достаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;
- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.3.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачету)

1. Понятие и виды маркетинга.
2. Функции и первичные понятия маркетинга.
3. Принципы и концепции маркетинга.

4. Понятие маркетинговой среды предприятия. Микросреда предприятия.
5. Макросреда предприятия.
6. Особенности маркетинговой деятельности на предприятии.
7. Виды организационных структур службы маркетинга.
8. Планирование маркетинговой деятельности.
9. Алгоритм разработки и реализации организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности.
10. Изучение рыночных возможностей фирмы.
11. Система маркетинговых исследований.
12. Свойства и методы сбора маркетинговой информации.
13. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
14. Товарная структура рынка. Признаки классификации рынков.
15. Оценка конъюнктуры рынка программно-технических средств.
16. Определение емкости рынка программно-технических средств.
17. Понятие сегментирования рынка и критерии сегментирования.
18. Выбор целевого сегмента рынка и позиционирование программно-технического средства.
19. Понятие товара и товарной политики.
20. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.
21. Жизненный цикл программно-технического средства.
22. Виды жизненного цикла программно-технических средств.
23. Разработка новых программно-технических средств. Понятие марки и марочная политика предприятия.
24. Товарный знак, брендинг и фирменный стиль.
25. Упаковка товара и её задачи.
26. Качество и конкурентоспособность товара.
27. Сертификация товаров (продукции). Стандартизация.
28. Понятие сервиса и его задачи.
29. Виды, системы и формы сервиса.
30. Служба сервиса, ее структура и функции.
31. Каналы распределения товаров.
32. Типы торговых посредников.
33. Система товародвижения в маркетинге.
34. Особенности складирования и транспортировки товаров.
35. Оптовая торговля.
36. Розничная торговля.
37. Понятие и особенности рекламы.
38. Средства рекламы.
39. Виды рекламы.
40. Паблик рилейшнз. Стимулирование сбыта.
41. Личная продажа и её особенности.
42. Прямой маркетинг и его характерные черты.
43. Ярмарки и выставки.
44. Понятие цены и виды цен.
45. Методы расчёта цены и ценовые стратегии.
46. Скидки с цены.
47. Методы исследования рынков.
48. Информационные маркетинговые

Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине «Маркетинг»:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует

отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла - незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.3.3. Тестовые задания для оценки сформированности компетенций обучающихся (ОПК-4)

1. Наиболее удачное определение управленческого решения - это:

- a) инструмент управленческой деятельности;
- b) продукт управленческой деятельности;
- c) выбранный (утвержденный) вариант управленческих действий;
- d) форма воздействия субъекта на объект;
- e) управленческий документ.

2. Юридическое свойство управленческого решения – это:

- a) целенаправленность;
- b) правомерность;
- c) плановость;
- d) коллегиальность.

3. Организационные свойства управленческого решения - это:

- a) плановость;
- b) последовательность;
- c) целенаправленность;
- d) правомерность.

4. Технологическое свойство управленческого решения - это:

- a) комплексность;
- b) стадийность;
- c) целенаправленность;
- d) актуальность.

5. Системное свойство управленческого решения - это:

- a) коллегиальность;
- b) плановость;
- c) комплексность;
- d) актуальность.

6. Проблемное «свойство управленческого решения» - это:

- a) срочность;
- b) плановость;
- c) актуальность;
- d) последовательность разработки.

7. Юридическое стимулирующее свойство управленческого решения - это:

- a) стадийность;

- b) правомерность;
- с) мотивационность;
- d) коллегиальность.

8. Базовая управленческая категория - это:

- a) управленческая функция;
- b) проблемная ситуация;
- с) управленческое решение;
- d) управленческие действия;
- e) управленческая цель.

Ответы: 1-с; 2-б; 3-ас; 4-б; 5-с; 6-с; 7-б; 8-с.

Тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Конкуренция в сфере хозяйственной (предпринимательской) деятельности представляет:

- A) исключительное положение хозяйствующего субъекта, при котором он имеет возможность оказывать решающее воздействие на общие условия реализации товара;
- Б) состояние рынка, при котором удовлетворение спроса происходит эффективнее в силу технологических особенностей;
- В) состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия рыночных отношений.

2. Рекламная информация, в которой отсутствуют сведения об отдельных характеристиках товара (состав, способ, место и дата изготовления и т.д.), относится к виду:

- A) неправильной рекламы;
- Б) недостоверной;
- В) неэтичной рекламы.

3. К какому понятию относится данное определение: «деятельность органа, независимого от изготовителя продукции, исполнителя работ и услуг, по подтверждению их соответствия требованиям нормативным документам»:

- A) стандартизация;
- Б) лицензирование;
- В) аудиторский контроль.

4. Какой государственный орган РФ осуществляет регулирование ценообразования?

- A) Президент РФ;
- Б) Министерство экономического развития и торговли;
- В) Конституционный Суд РФ.

5. Хозяйствующий субъект, осуществляющий целевое вложение капитала и обеспечивающий его целевое использование, является:

- A) заказчиком;
- Б) посредником;
- В) инвестором.

6. В каком нормативном документе закреплены все основные права потребителей на рынке товаров, работ и услуг?

- A) в Конституции РФ;
- Б) в ФЗ «О защите прав потребителей»;
- В) в Гражданском кодексе РФ;
- Г) в Уголовном кодексе РФ.

7. Акционерное общество представляет собой:

- A) общество, уставный капитал которого распределен на определенное число акций;

- Б) общество, уставный капитал которого распределен на доли между учредителями, которые несут материальную ответственность в пределах стоимости их вкладов;
- В) общество, уставный капитал которого распределен на доли между его участниками, которые солидарно несут субсидиарную материальную ответственность.

8. Ликвидация юридического лица может осуществляться в следующих случаях:

- А) по решению административного органа местного самоуправления;
- Б) по решению его учредителей или судебного органа;
- В) по решению кредиторов данного юридического лица.

9. Выделите основные требования, предъявляемые к рекламе законодательством РФ:

- А) рекламная информация должна быть представлена в яркой, красочной форме;
- Б) рекламная информация не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, совершению общественно опасных действий;
- В) рекламная информация может распространяться в любой произвольной форме, без каких-либо специальных ограничений.

10. При разделении юридического лица его права и обязанности:

- А) утрачивают свое хозяйственно-правовое значение;
- Б) переходят ко всем вновь возникшим юридическим лицам;
- В) переходят к одному вновь возникшему юридическому лицу.

11. Вид реорганизационной процедуры, при которой собственником предприятия-должника ли его кредитором оказывается финансовая помощь предприятию, называется:

- А) принудительная ликвидация;
- Б) санация;
- В) регистрация юридического лица.

12. Естественные монополии представляют собой:

- А) объекты хозяйственной (предпринимательской) деятельности, предоставляющие уникальный по своим свойствам товар (работы, услуги) в силу технологических особенностей производства;
- Б) систему государственных органов по антимонопольной политике поддержке предпринимательства;
- В) общее наименование товарного знака, марки или названия товара;
- Г) предприятие особого типа, осуществляющее розничную торговлю товарами в широком ассортименте.

13. Уставный фонд предприятия представляет собой:

- А) фонд амортизационных отчислений предприятия;
- Б) совокупность имущественных вкладов участников предприятия, используемых с целью ведения хозяйственной деятельности;
- В) совокупность капитальных вложений инвесторов предприятия.

14. Гражданин РФ может осуществлять самостоятельную индивидуальную предпринимательскую деятельность:

- А) с 16 лет;
- Б) с момента рождения;
- В) с 14 лет.

15. Является ли дочернее предприятие юридическим лицом?

- А) да, является;
- Б) да, но обладает особым хозяйственно-правовым статусом;
- В) нет, не является.

16. Унитарное предприятие представляет собой:

- А) государственное или муниципальное предприятие, не наделённое правом собственности на закрепленное за ним имущество;

- Б) государственное или муниципальное предприятие, обладающее правом собственности на закрепленное за ним имущество;
- В) организация, формирующая оптовый товарный рынок путем организации и проведения гласных товарных торгов.

17. Потребительский кооператив является:

- А) коллективным хозяйствующим субъектом, осуществляющим предпринимательскую деятельность путем производства товаров, выполнения работ оказания услуг;
- Б) коммерческой организацией;
- В) некоммерческой общественной организацией.

18. Составляющая специфики предмета:

- А) широкое разнообразие различных хозяйственных отношений;
- Б) императивное регулирование;
- В) Сочетание императивного и диспозитивного регулирования.

19. Что исследует хозяйственное право, как наука:

- А) законы правового регулирования;
- Б) закономерности правового регулирования;
- В) механизмы правового регулирования;
- Г) принципы правового регулирования;
- Д) нормы правового регулирования.

20. Что не является источником права:

- А) международные акты и нормы;
- Б) акты высших судебных органов;
- В) Конституция;
- Г) нормативно-правовые акты;
- Д) мораль;
- Е) обычаи имущественного оборота.

Ответы: 1) В; 2) Б; 3) А; 4) Б; 5) В; 6) Б; 7) А; 8) Б; 9) В; 10) Б; 11) А; 12) В; 13) Б; 14) А; 15) В; 16) Б; 17) А; 18) В; 19) Б; 20) А.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Поскольку практически всякая учебная дисциплина призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап - начальный: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап - заключительный: определение критериев для оценки уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Показатели оценивания компетенций и шкала оценки

| | | | |
|--|---|---|---|
| Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) | Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или | Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный | Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень |
|--|---|---|---|

| или отсутствие сформированности компетенции | низкой уровень освоения компетенции | уровень освоения компетенции | освоения компетенции |
|--|--|---|---|
| <p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций. Если же учебная дисциплина выступает в качестве итогового этапа формирования компетенций (чаще всего это дисциплины профессионального цикла) оценка «неудовлетворительно» должна быть выставлена при отсутствии сформированности хотя бы одной компетенции</p> | <p>При наличии более 50% сформированных компетенций по дисциплинам, имеющим возможность доформирования компетенций на последующих этапах обучения. Для дисциплин итогового формирования компетенций естественно выставлять оценку «удовлетворительно», если сформированы все компетенции и более 60% дисциплин профессионального цикла «удовлетворительно»</p> | <p>Для определения уровня освоения промежуточной дисциплины на оценку «хорошо» обучающийся должен продемонстрировать наличие 80% сформированных компетенций, из которых не менее 1/3 оценены отметкой «хорошо». Оценивание итоговой дисциплины на «хорошо» обуславливается наличием у обучаемого всех сформированных компетенций причем общепрофессиональных компетенции по учебной дисциплине должны быть сформированы не менее чем на 60% на повышенном уровне, то есть с оценкой «хорошо».</p> | <p>Оценка «отлично» по дисциплине с промежуточным освоением компетенций, может быть выставлена при 100% подтверждении наличия компетенций, либо при 90% сформированных компетенций, из которых не менее 2/3 оценены отметкой «хорошо». В случае оценивания уровня освоения дисциплины с итоговым формированием компетенций оценка «отлично» может быть выставлена при подтверждении 100% наличия сформированной компетенции у обучаемого, выполнены требования к получению оценки «хорошо» и освоены на «отлично» не менее 50% общепрофессиональных компетенций</p> |

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплин

8.1. Основная учебная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : курс лекций / Л.Е. Басовский. - М. : ИНФРА-М, 2019 — 219 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-002309-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007096> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. — 12-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация « Дашков и К°», 2016. - 656 с. - ISBN 978-5-

394-02540-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1092970> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Ким, С. А. Маркетинг / Ким С.А. - Москва : Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5394-02014-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/513272> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Наумов, В. Н. Маркетинг : учебник / В.Н. Наумов . — М. : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010921-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/925823> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 360 с. - ISBN 978-5-394-03577-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093217> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

6. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-394-03542-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093246> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

7. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

8. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093486> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература:

1. Аспекты маркетингового управления деятельностью и развитием предпринимательских структур на общественном транспорте : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук И.И. Скоробогатых, д-ра экон. наук Р.Р. Сидорчука. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 195 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/monography_5d1c3c04535203.36438458. - ISBN 978-5-16-015151-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018873> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Бижанова, Е. М. Маркетинг : учебное пособие / Е. М. Бижанова. — Пенза : ПГУ, 2019. — 170 с. — ISBN 978-5-907185-39-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162292> (дата обращения: 25.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/653. - ISBN 978-5-16-010404-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069190> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Кови, С. 7 навыков высокоэффективных профессионалов сетевого маркетинга: Научно-популярное / Кови С. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 128 с.: ISBN 978-5-9614-6204-3. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1001985> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Маркетинг : методические рекомендации / составитель Н. А. Савельева. — Сочи : СГУ, 2017. — 40 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147822> (дата обращения: 25.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1226832> (дата обращения: 25.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

| Вид учебных занятий | Организация деятельности студента |
|---|---|
| Лекция | Написание конспекта лекций: краткое, схематичное, последовательное фиксирование основных положений, выводов, формулировок, обобщений; выделение ключевых слов, терминов. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросы, терминов, материала, вызывающего трудности. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (<i>перечисление понятий</i>) и др. |
| Практические занятия | Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (<i>указать текст из источника и др.</i>). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др. |
| Контрольная работа/индивидуальные задания | Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др. |
| Реферат/курсовая работа | <i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата. <i>Курсовая работа:</i> изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Использование методических рекомендаций по выполнению и оформлению курсовых работ |
| Практикум / лабораторная работа | Методические указания по выполнению лабораторных работ (<i>можно указать название брошюры и где находится</i>) и др. |
| Коллоквиум | Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др. |
| и др. | |
| Подготовка к экзамену (зачету) | При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. |

10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

10.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

<http://kchgu.ru> - адрес официального сайта университета

<https://do.kchgu.ru> - электронная информационно-образовательная среда КЧГУ

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

| Учебный год | Наименование документа с указанием реквизитов | Срок действия документа |
|-------------------------|--|---------------------------|
| 2023 / 2024 учебный год | Договор №915 эбс ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. | Действует до 15.05.2024г. |
| | Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № СЭБ НВ-294 от 1 декабря 2020 года. | Бессрочный |
| 2023 / 2024 учебный год | Электронная библиотека КЧГУ (Э.Б.). Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1). Электронный адрес: https://kchgu.ru/biblioteka - kchgu/ | Бессрочный |
| 2023 / 2024 учебный год | Электронно-библиотечные системы: Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» - https://www.elibrary.ru . Лицензионное соглашение №15646 от 01.08.2014г. Бесплатно. Национальная электронная библиотека (НЭБ) – https://rusneb.ru . Договор №101/НЭБ/1391 от 22.03.2016г. Бесплатно. Электронный ресурс «Polred.com Обзор СМИ» – https://polpred.com . Соглашение. Бесплатно. | Бессрочно |

10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория № 205 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Специализированная мебель:

- столы ученические, стулья, доска маркерная.

Учебно-наглядные пособия (в электронном виде).

Технические средства обучения:

Телевизор, экран в комплекте с проектором, системный блок с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная

Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная

ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная

Calculate Linux (внесён в ЕРПИ Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная

Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная

2. Читальный зал, 80 мест, 10 компьютеров.

Специализированная мебель: столы ученические, стулья.

Технические средства обучения:

Дисплей Брайля ALVA с программой экранного увеличителя MAGic Pro;

стационарный видеоувеличитель Clear View с монитором;

2 компьютерных роллера USB&PS/2; клавиатура с накладкой (ДЦП);

акустическая система свободного звукового поля Front Row to Go/\$;

персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная

Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная

ABBYY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная

Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная

Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная

3. Научный зал, 20 мест, 10 компьютеров

Специализированная мебель: столы ученические, стулья.

Технические средства обучения:

персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная

Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная

ABBYY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная

Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная

Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная

4. Аудитория для самостоятельной работы обучающихся № 507 (учебно-лабораторный корпус)

Специализированная мебель:

столы ученические, стулья, доска меловая.

Учебно-наглядные пособия (в электронном виде).

Технические средства обучения:

ноутбуки в количестве 3 шт. с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная

Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная

ABBYY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная

Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная

Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная

Антивирус Касперского. Действует до 03.03.2025г. (Договор № 56/2023 от 25 января 2023г.);

10.3. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>

2. Информационно-правовой портал «Гарант» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/>

3. Официальный сайт Министерства финансов РФ.[Электронный ресурс]. – URL: <https://minfin.gov.ru/ru/>

4. Официальный сайт журнала «Главбух» [Электронный ресурс]. – <https://www.glavbukh.ru/>

5. Официальный сайт Портала, посвященный бухгалтерскому учету, налогам и аудиторской деятельности в России [Электронный ресурс]. - <https://www.audit-it.ru/>

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ОВЗ и/или с инвалидностью РПД разрабатывается на основании «Положения об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У. Д. Алиева».